

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Teze diplomové práce

**Zhodnocení a prezentace slovenských vín se zaměřením
na Tokajskou oblast**

Bc. Michaela Reřovská

© 2016 ČZU v Praze

Souhrn

Diplomová práce je zaměřena na představení slovenského trhu s vínem, specifikování a porovnání jednotlivých vinařských oblastí se speciálním zaměřením na slovenskou Tokajskou oblast. Cílem je také poukázat na různé problémy související se vstupem Slovenské republiky do Evropské unie a hledat další východiska ovlivňující prodej tokajského vína. Praktická část je zaměřena na Tokajskou oblast a detailně je představeno rodinné vinařství Tokaj Macik Winery. Významná část je věnována analýze prodejnosti jednotlivých sortimentů a distribucí vína podle teritorií a specifikace odběratelů. Stejně tak je i analyzována tvorba zdrojů pro budoucí produkci vína a další součásti tohoto procesu a také struktura realizovaných investic a způsoby prezentace až po dosažená ocenění a samotnou reklamu na jednotlivých výstavách. Jsou navržena jednotlivá doporučení a uvedeny rezervy, které mohou výrazně ovlivnit budoucnost rodinného vinařství z hlediska strategie prodeje, dalšího zaměření, osvěty a propagace vinařství, doplňkových metod při prezentacích a následně prodeji tokajského vína, které představuje unikátní klenot nejen slovenského vinařského průmyslu, ale má i své výjimečné místo v rámci celosvětového vinohradnictví.

Klíčová slova: víno, obchodování, prodej, produkce, vinařství, vinohradnictví, odrůda, cena, zákazník, degustace, analýza, oblast, region

Cíl práce

Hlavním cílem diplomové práce je zpracovat teoretická východiska problematiky obchodu s vínem se zaměřením na slovenský trh a aplikovat tyto poznatky na poměry konkrétního vinařství pomocí analýzy současného stavu. Zároveň najít a zhodnotit problémové oblasti a prezentovat řešení směřující ke zlepšení jejich aktuálního stavu. Teoretická část je zaměřená na definování podmínek, které mají vliv na výsledný produkt a jeho úspěšné uplatnění na trhu. Bude poukázáno na jednotlivé výchozí předpoklady z hlediska zdrojů, podmínek legislativy, podpory v rámci státu a EU, jako i samotných marketingových nástrojů nutných k propagaci a obchodování s vínem. Práce bude zaměřená na představení slovenského trhu s vínem, specifikování a porovnání jednotlivých vinařských oblastí se zvláštním důrazem na slovenskou Tokajskou oblast. Praktická část bude zaměřená na detailní představení rodinného vinařství Tokaj Macik Winery, které patří k významným

producentům slovenského tokajského vína. Toto rodinné vinařství představuje typický vzorek rodinných podniků, které se snaží zviditelnit vinařské prostředí v očích obyčejných zákazníků, jako i odborné veřejnosti, a zvýšit tak zájem o vinnou kulturu a samotnou spotřebu. Hlavním zaměřením diplomové práce je detailně zhodnotit aktuální stav tohoto vinařství z pohledu historického vývoje a popsat všechny formy a oblasti obchodování s vínem při etablování se na domácím a zahraničním trhu. Zároveň také prezentovat doporučené návrhy a řešení, jako i vize směřující ke zlepšení aktuálního stavu a k celkové prezentaci tokajského vína současným i potenciálním zákazníkům.

Metodika

Metodika zpracování diplomové práce bude vycházet z dostupných zdrojů a publikací vydávaných z vinařského prostředí a studia interních informací konkrétního vinařství působícího v slovenské Tokajské oblasti. V této části budou použity získané poznatky z odborné literatury se zaměřením na danou problematiku, jako i z dalších doplňujících zdrojů – tištěného a elektronického charakteru. Všechny získané teoretické poznatky a statistické údaje budou aplikovány při zpracování praktické části diplomové práce. Samotná vlastní práce bude vycházet z charakteristiky konkrétního vinařství a popisu jeho současného stavu na základě interních materiálů vinařství. Orientace bude zaměřená na metody prezentace tokajského vína pro vybraný segment trhu. Detailně bude porovnávána oblast distribuce, soutěže vín, podpora prodeje a možnosti dalšího růstu. V diplomové práci budou zakomponovány formulace problémových oblastí a speciálně budou využity empirické metody syntézy a komparace dat, zkoumání, pozorování a dotazování cílové skupiny zákazníků z hlediska jejich informovanosti, potřeb a samotné spokojenosti s produktem. Výsledkem komplexní metodiky bude získání předpokladů pro objevení nových možností, trhů a celkové propagace, a to nejen tohoto vinařského podniku, ale i samotného slovenského tokajského vína, které má dlouhou historii a stále silný a dostatečný potenciál k dalšímu prosazení se na trhu.

Vlastní text

Hlavním cílem diplomové práce bylo zhodnotit obchod se slovenským vínem a speciálně poukázat na Tokajskou oblast a konkrétní rodinné vinařství. Zaměření je orientované na zhodnocení vinařství Tokaj Macik Winery, analyzování forem a oblastí v

obchodu s vínem na domácím a zahraničním trhu a navržení možností další propagace s cílem dosáhnout zvýšení prodeje vín z této oblasti.

Teoretická část obsahuje základní východiska v oblasti historie vína a vinohradnictví na Slovensku a ve světě. V této části je prezentována charakteristika vinohradnických oblastí Slovenska a zároveň jsou detailně analyzovány úlohy marketingu a jeho podpora při obchodování s vínem. Nosnou oblastí v teoretické části je charakteristika tvorby ceny vína, obchodní politiky, prostředí, ve kterém se víno konzumuje, a zároveň poukázání na strukturu cílové skupiny zákazníků. V závěru teoretické části je práce zaměřená na samotné prvotní zdroje, které jsou základem spotřeby a prodeje tokajského vína. Kromě toho je prezentována i oblast podpory pro obchod s vínem na Slovensku ve smyslu příslušné legislativy a dalších potenciálních možností.

V praktické části je představena Tokajská oblast z hlediska historie, současnosti a legislativy v průběhu posledního období a dlouhodobého procesu zviditelnění a legalizace tokajské značky z pohledu kritérií Evropské unie. V dalších kapitolách jsou popsány základní charakteristiky a princip výroby tokajského vína s poukázáním na dlouhodobou historii regionu Tokaj na Slovensku. Cílem je také poukázat na různé problémy, se kterými vinaři zápasili a neustále zápasí v souvislosti se vstupem Slovenské republiky do Evropské unie, a hledání dalších východisek ovlivňujících prodej tokajského vína. Součástí této praktické části je bližší představení typických tokajských odrůd a z nich vyráběných jednotlivých druhů vína s přímým odkazem na typickou Tokajskou vinnou cestu a všechny producenty tokajského vína, kteří představují neoddělitelnou součást tohoto regionu. V samotném jádře praktické části je představeno rodinné vinařství Tokaj Macik Winery a detailně zmapována jeho historie vzniku a rekapitulace vývoje obchodování s vínem prostřednictvím inovací a specifického přístupu za účelem výrazného zviditelnění a etablování se na trhu s vínem. V rámci regionalizace je vyzdvížena orientace na vinný turismus jako podpůrného nástroje pro dosažení cíle. Významná část je věnovaná analýze prodejnosti jednotlivých sortimentů a distribucí vína podle teritorií a specifikace odběratelů. Též je analyzována tvorba zdrojů pro budoucí produkci vína a dalších součástí tohoto procesu, stejně jako i struktura realizovaných investic a způsoby prezentace až po dosažení ocenění a samotnou reklamu na jednotlivých výstavách. Souhrnná procentuální vyjádření a grafická forma velmi zřetelně poukazují na vývojovou křivku a trendy v obchodování s vínem v posledních letech. Na základě všech dostupných a získaných informací je zpracována návrhová část pro budoucí

zvýšení podpory prodeje. Jsou navržena jednotlivá doporučení a je zde také upozorněno na rezervy, které mohou výrazně ovlivnit budoucnost rodinného vinařství z hlediska strategie prodeje, dalšího zaměření, osvěty a propagace vinařství, doplňkových metod při prezentacích a následného zvyšování prodeje tokajského vína.

Diplomová práce, která se komplexně věnuje problematice vína a vinné kultury, obsahuje také prezentaci rodinného vinařství a samotné tokajské vinohradnické oblasti, která představuje unikátní klenot nejen slovenského vinařského průmyslu, ale má i své výjimečné místo v rámci celosvětového vinohradnictví.

Použité zdroje

BÁRTA E. *Public relations a marketingová komunikace v obchodu s vínem*. Praha: Radix, 2013, ISBN 978-80-87573-07-5

GOSCH F. *Vinařský marketing*. Valtice: Národní salón vín, 2005, ISBN 80-903201-5-5

SIMONOVÁ J. *O víně*. Bratislava: Slovart s.r.o., 2002, ISBN 80-7145-677-2

TOKAJSKÉ VÍNO. *Tokajská oblast na Slovensku. Mapa* [online]. [cit. 2016-02-07].